

Disponível em [www.bad.pt/publicacoes](http://www.bad.pt/publicacoes)

SHORT PAPER

**12º CONGRESSO  
NACIONAL BAD**

## **O profissional da informação como “Super gestor”: Top 5 das suas características**

*Ana Novo**Universidade Aberta / CIDEHUS-UE, Portugal, [anovo@uab.pt](mailto:anovo@uab.pt)*

---

### **Resumo**

A utilização da gestão estratégica tem sido sugerida como uma forma eficaz para ajudar os serviços de informação a definirem e desenvolverem estratégias para sobreviver, ter sucesso e conseguir alcançar as suas metas e objetivos num mundo cada vez mais instável e em constante evolução. O profissional da informação assume assim o papel de gestor estratégico e a responsabilidade que lhe é atribuída exige um perfil profissional diversificado e complexo.

É neste cenário que, no âmbito da docência de uma UC da Pós-Graduação em Ciências da Informação da Universidade Aberta, e desde 2011/2012, se tem vindo a propor aos estudantes, uma reflexão sobre as características mais necessárias ao profissional da informação, agora e no futuro, na cada vez mais exigente sociedade da informação e do conhecimento, com a geração Y como utilizadora desses mesmos serviços.

A análise dos diversos relatórios efetuados pelos estudantes, assim como das suas participações individuais em fóruns de discussão, permite identificar e fundamentar as cinco características, tidas como essenciais, traçando o perfil do atual profissional e gestor estratégico de serviços de informação.

**Palavras-chave:** Profissional da informação, características do gestor estratégico, geração Y, Universidade Aberta, Portugal

---

### **Introdução**

Numa época em que a globalização e o desenvolvimento tecnológico se assumiram como essenciais ao desenvolvimento da humanidade, o gestor estratégico, sobretudo o que desempenha funções em serviços de informação, deve possuir a visão e o pensamento estratégico que lhe permita compreender a geração Y como utilizadora destes serviços. Esta geração caracteriza-se por saber usar uma diversidade de tecnologias e redes sociais, para trocar informação, comunicar entre si e socializar. A sua natural apetência e competência tecnológica, o seu comportamento e forma de pensar, acarretam desafios para os serviços e profissionais da informação. Sendo esta geração marcadamente diferente de outras gerações, cabe aos gestores estratégicos dos serviços de informação, desenvolver os esforços necessários para a satisfação das necessidades informativas desses utilizadores, cada vez mais hábeis e exigentes. É, assim, necessário que estes profissionais possuam determinadas características para que consigam executar tarefas com qualidade e profissionalismo.

### **Características do profissional da informação**

Num mundo cada vez mais globalizado e que instiga as organizações a enquadrar a sua atuação segundo os princípios de gestão estratégica, na perspetiva de obtenção do êxito, os serviços de informação não são exceção devendo, também, nortear-se por estes princípios, a fim da concretizarem a sua missão. Para isso, tendo em atenção as novas formas de interação associadas a uma geração de

utilizadores que agem de forma ativa e reativa com a informação, a geração Y, estes serviços devem promover um tipo de gestão suportada em ações estratégicas de planeamento, organização, direção e controlo.

É neste contexto que no espaço de sala de aula virtual da UC semestral “Planeamento Estratégico de Serviços de Informação” da Pós-Graduação em Ciências da Informação da Universidade Aberta, se tem vindo a propor aos estudantes a reflexão sobre o perfil dos gestores estratégicos dos serviços de informação. Desde 2011/2012 que, integrado no desenvolvimento de uma das temáticas, se têm constituído grupos de trabalho, com 3 ou 4 elementos, aos quais é proposta a análise de uma listagem com 19 características do gestor estratégico (Oliveira, 1995), e a escolha e justificação das 5 características tidas como fundamentais. Numa fase inicial cada estudante, a nível individual, reflete e constrói a sua listagem, chegando por fim, e já em grupo, a um “Top 5” que é depois comentado e comparado pelos outros grupos, num fórum de discussão alargado a toda a turma.

Nestes últimos quatro anos letivos, e para a realização deste trabalho, estiveram envolvidos 59 estudantes (nacionais e internacionais) e foram constituídos 17 grupos de trabalho que realizaram outros tantos relatórios justificando a escolha do seu “Top 5”. A análise dos conteúdos destes relatórios, a partir dos quais se podem contabilizar as características mais escolhidas, permite delinear o perfil do atual gestor estratégico.

De forma muito consensual, os 17 grupos elegeram as seguintes 5 características:

- 1º – Ser líder e ético (escolhida por 15 grupos)
- 2º - Ter pensamento estratégico (escolhida por 14 grupos)
- 3º - Estar voltado para o processo de inovação (escolhida por 13 grupos)
- 4º - Estar voltado para as necessidades de mercado (escolhida por 12 grupos)
- 5º - Ter adequado processo de tomada de decisões e de estabelecimento de prioridades (escolhida por 8 grupos)

Relativamente às justificações apresentadas os grupos consideraram que “Ser líder e ético” constitui uma característica fundamental de um profissional da informação e o seu comportamento reflete quem é e o tipo de organização onde colabora. Ser líder implica saber relacionar-se, enfrentar desafios e contornar resistências sendo inspirador para transmitir espírito de grupo. Torna-se necessário adotar uma postura ética, i.e., ser honesto e transparente, aberto a críticas e opiniões, pontual e assíduo, atento à produtividade. Esta postura está intrinsecamente ligada à imagem do gestor estratégico e à imagem da organização, que se assume como essencial para estabelecer vínculos e manter boas relações. Para os estudantes ser “gestor com pensamento estratégico” é ser um profissional que trabalha no sentido de uma gestão contemporânea e adaptada às mudanças de um ambiente competitivo e com a capacidade para estar em sintonia com todos os colaboradores e outras chefias, percebendo os seus anseios e limitações. O exercício da gestão implica saber lidar com os erros para que se possa aprender com eles, pois alguns erros, apontam para a inovação, e, nesses casos, tolerá-los é essencial. Assim, há cada vez mais a necessidade de mudar para sobreviver e uma das melhores maneiras de mudar para sobreviver e avançar é estar voltado para o processo de inovação. A inovação, compreendida como a capacidade de implantar algo novo ou de transformar de forma pioneira algo que já existe, agregando valor ao negócio, forçando-o a diferenciar-se e avançar, vem de maneira definitiva mudar a cultura organizacional competitiva. Ficou ainda bem explícito nos relatórios que todos os serviços de informação desejam ter um gestor estratégico com iniciativa, aptidão para trabalhar em equipa, compromisso com os valores, direcionado para o sucesso e “voltado para as necessidades do mercado” onde está inserido. É por isso desejável que este profissional esteja disposto a analisar e reorientar a

sua forma de gestão, procurando o equilíbrio entre a cultura dos serviços de informação e o perfil da equipa. Se este equilíbrio for conseguido, o gestor tem melhores níveis de desempenho, os serviços de informação melhores resultados e os seus clientes/utilizadores ficarão mais satisfeitos com o nível de serviço obtido. Por fim, “ter adequado processo de tomada de decisões e de estabelecimento de prioridades” deverá ser sempre no sentido de atingir os objetivos e metas e com visão para encontrar novos caminhos e oportunidades para o sucesso dos serviços de informação, evitando ameaças e anulando fraquezas.

## **Conclusão**

A atividade proposta aos estudantes da Pós-Graduação em Ciências da Informação consistiu na escolha das cinco características do gestor estratégico consideradas essenciais para os profissionais dos serviços de informação do séc. XXI. As escolhas efetuadas por 59 estudantes foram, na generalidade, consensuais, tendo sido por eles defendido que o gestor estratégico deverá estar ciente de que o planeamento estratégico é um trabalho contínuo e que exige empenho, dedicação e uma atitude interativa, com resultados visíveis apenas a médio ou longo prazo. O gestor estratégico assume-se, assim, como elemento agregador de todos os envolvidos num esforço para que não se percam nem o foco nem a força que podem ir esmorecendo com o passar do tempo. Com efeito, todas as capacidades e competências escolhidas como fundamentais fazem pensar no gestor estratégico de serviços de informação como um “Super Gestor” que deverá satisfazer as necessidades informacionais tanto da geração Y como de outras que se lhe seguirão sob pena de não conseguir sobreviver numa sociedade da informação e do conhecimento cada vez mais exigente.

## **Referências Bibliográficas**

OLIVEIRA, D.P.R. (1995) - *Excelência na administração estratégica: a competitividade para administrar o futuro das empresas*. 2ª ed. São Paulo: Atlas. 224 p. ISBN 978-852-241-347-8